
Rosa Berganza Conde

rosa.berganza@urjc.es
Catedrática. Departamento de
Comunicación y Sociología.
Universidad Rey Juan Carlos.
España.

Beatriz Herrero-Jiménez

beatriz.herrero@urv.cat
Profesora Visitante.
Departament d'Estudis de
Comunicació. Universitat Rovira
i Virgili. España.

Carlos Arcila Calderón

carcila@usal.es
Profesor Ayudante.
Departamento de Sociología y
Comunicación. Universidad de
Salamanca. España.

Recibido

10 de febrero de 2016

Aprobado

13 de julio de 2016

© 2016

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.29.4.sp.185-202

www.communication-society.com

2016 – Vol. 29(4)

pp. 185-202

Cómo citar este artículo:

Berganza Conde, R., Herrero-
Jiménez, B. & Arcila Calderón, C.
(2016). Perceived influences and
trust in political institutions of
public vs private television
journalists in Spain. *Communication
& Society* 29(4), 185-202.

Periodistas de televisiones públicas vs. privadas: influencias percibidas y confianza en las instituciones políticas en España

Resumen

Los objetivos de este artículo son estudiar los niveles de confianza en las instituciones políticas y las distintas fuentes de influencia percibidas por los periodistas de televisión en España. Además, se analizan las diferencias existentes entre quienes ejercen la profesión en las televisiones públicas y en las privadas. En el marco del proyecto internacional *Worlds of Journalism Study* y a través de una encuesta representativa a 390 periodistas españoles (70 de ellos de televisión), encontramos que quienes trabajan en las televisiones privadas confían más en el gobierno y que los periodistas de televisión reconocen mayores influencias políticas y organizativas que los profesionales de otros medios. Asimismo, observamos que en las televisiones privadas se muestran más influenciados por aspectos económicos y por los grupos de referencia que sus colegas de la televisión pública y que, en todos los casos, las influencias de las rutinas profesionales y las organizativas resultaron ser más altas que las políticas, económicas o de los grupos de referencia. Se explica cómo el tipo y propiedad del medio están relacionados con las percepciones sobre la propia cultura profesional. Se sugiere seguir profundizando en modelos que puedan explicar en mayor medida las varianzas encontradas en los dos tipos de percepciones.

Palabras clave

Periodistas, televisión, influencias, confianza, instituciones

1. Introducción

Las prácticas y actitudes de quienes ejercen el periodismo generan un interés cada vez mayor en la bibliografía científica (Hanitzsch et al., 2011). La autonomía, entendida como la libertad profesional para desarrollar las labores ocupacionales (Weaver, Beam, Brownlee, Voakes & Wilhoit, 2007), es uno de los elementos centrales de la profesionalización periodística (Singer, 2007) así como una de las condiciones fundamentales para una relación equilibrada entre periodistas y políticos (van Dalen, Albaek & de Vreese, 2011). Precisamente esta relación se ha situado también en el punto de mira de

la investigación en Comunicación, pues si bien una vez fue entendida como simbiótica, hoy en día se ha tornado en algunos contextos en una ‘espiral de desconfianza’ (Brants, de Vreese, Möller & van Praag, 2009). En concreto, dichas relaciones se señalan como un factor del aumento de la apatía y el desinterés hacia la política dentro la profesión periodística en un estudio comparativo llevado a cabo entre periodistas de cuatro países europeos entre los que se encontraba España (van Dalen, Albaek & de Vreese, 2001).

La percepción de la ciudadanía española hacia las instituciones políticas también pasa por un momento crítico. Tal como afirma el Eurobarómetro de la primavera de 2015 de la Comisión Europea, España es, junto con Eslovenia, el país de la Unión Europea que menos confianza tiene en su Gobierno y en su Parlamento nacional (Comisión Europea, 2015), una situación que se mantiene desde hace más de dos años (Comisión Europea, 2013).

Los medios de comunicación aparecen en la bibliografía académica como uno de los posibles factores que pueden influir en esta desconfianza. La teoría de la espiral del cinismo, formulada por Capella y Jamieson (1997), apunta hacia determinados recursos informativos (alta presencia de informaciones negativas y de los enfoques estratégicos y de juego) como favorecedores del aumento de la apatía de la población por la política, de la desconfianza hacia la clase política, así como de la disminución de su deseo de participación (Lengauer, Esser & Berganza, 2011; Berganza, 2008). Esta teoría presupone que las actitudes periodísticas hacia las instituciones políticas pueden influir en el contenido informativo (Hanitzsch & Berganza, 2012; Van Dalen et al., 2011). Por otro lado, desde principios de los años 70, la investigación académica ha relacionado el auge del consumo televisivo con el declive de la confianza en las instituciones políticas (Mutz & Reeves, 2005). El concepto de *videomalaise* también apunta hacia la desconfianza pública como consecuencia de la negatividad de las noticias televisivas (Robinson, 1975)¹.

En el escenario español actual, igual que en el europeo, la televisión se configura como el medio de comunicación principal, con tasas de penetración superiores al 85% en cada tramo de edad (APM, 2013). Los espacios informativos de las cadenas de televisión son aún hoy en día, y a pesar del envite digital, la principal ventana a través de la cual la ciudadanía se acerca a la actualidad informativa (López & Cuenca, 2005). Según los datos del Centro de Investigaciones Sociológicas correspondientes a octubre de 2015, el 81,1% de la población española escucha o ve las noticias en la radio o la televisión todos los días o al menos 3 o 4 días a la semana (CIS, 2015). Los informativos televisivos, por tanto, presentan una poderosa capacidad de influencia en la conformación de la opinión pública (García Avilés, 2007). De hecho, un estudio reciente en España señala que el consumo informativo principalmente de televisión es un factor que predispone a un menor cuestionamiento de los medios de comunicación (Roses & Gómez-Calderón, 2015), razón por la cual la investigación de las actitudes y las prácticas periodísticas televisivas resulta de interés primordial.

Asimismo, tal como señalan Lamuerda y Lara (2009: 34): “Los periodistas que trabajan para un medio público adquieren un interés especial”. Todo ello en un sistema mediático como el español en el que “los grupos empresariales, políticos y mediáticos han colonizado gran parte de la esfera pública”. Dichos periodistas de medios públicos juegan un papel fundamental a la hora de velar por la calidad de la democracia (Walzer & Retis, 2006).

Precisamente esta investigación tiene como objetivo estudiar los niveles de confianza en las instituciones públicas y las distintas fuentes de influencia percibidas por los periodistas de televisión en España, así como las diferencias existentes entre quienes

¹ El concepto de *videomalaise* ha sido posteriormente ampliado al de *mediamalaise*, pues se entiende que es el periodismo político en general, y no sólo el televisivo, el que se relaciona con los bajos niveles de confianza política. Así, aunque el concepto ha evolucionado, se continúa señalando al medio televisivo como punto de origen del deterioro en el tono y el contenido de las noticias, extendiéndose posteriormente a otros medios (Mutz & Reeves, 2005).

ejercen la profesión en las televisiones públicas y privadas. La relevancia de este estudio se ve acentuada cuando se percibe que, aunque la televisión nace en España y en Europa como un ente público con el fin de garantizar la calidad del servicio televisivo así como el pluralismo informativo interno (Moreno, 2007; Sánchez Tabernero, 2005), la realidad del audiovisual público español es otra. La bibliografía previa afirma que en las televisiones públicas el periodismo se guía menos por la noción de servicio público y más por el mercado y las audiencias (Piedrahita, 1995). Además, algunos estudios señalan que los profesionales de los medios públicos experimentan una constante injerencia de los partidos políticos al frente de los gobiernos nacionales y regionales, característica que concuerda con la descripción del sistema mediático pluralista polarizado en el que se integra España (Hallin & Mancini, 2004; Sánchez-Tabernero, 2005).

1.1. *Confianza de los periodistas de televisión en España*

Investigaciones previas señalan que los determinantes de la confianza en las instituciones públicas de quienes ejercen la profesión surgen en diferentes niveles: tanto en el individual y el organizacional, como en el del contexto sistémico (van Dalen et al., 2011). Si la confianza en las instituciones políticas se define en términos del alcance de la seguridad que el público tiene en el buen funcionamiento futuro de las instituciones políticas (Hudson, 2006), no cabe duda de que las teorías institucionales que fundamentan la confianza pública en la actuación institucional (Mishler & Rose, 2001) están racionalmente establecidas. Dentro de este nivel supramediático, la actuación económica y política de las instituciones resulta de especial interés (Grosskopf, 2008; Miller & Listhaug, 1999). En concreto, además, la corrupción y los niveles de libertad de prensa emergen como aspectos especialmente significativos que determinan la confianza de los periodistas (Hanitzsch & Berganza, 2012). En particular, la Federación de Sindicatos de Periodistas ha denunciado recientemente retrocesos en materia de libertad de información en España (FeSP, 2014).

Dentro del ámbito organizacional y profesional, la propiedad de los medios y la cultura profesional toman especial relevancia en la bibliografía científica a la hora de explicar la confianza en las instituciones. En el primer caso, si bien la teoría apunta a que los medios privados tienen menos confianza en las instituciones que los públicos y estatales debido a su orientación hacia un periodismo comercial (McManus, 1994), análisis empíricos comparativos entre países no han podido corroborar estas asunciones (Hanitzsch & Berganza, 2012), como tampoco lo han hecho estudios llevados a cabo recientemente en el contexto periodístico español (Berganza, Herrero & Carratalá, 2016: 37-38).

En cuanto a la cultura profesional, ésta se puede entender como la ideología profesional en términos de distancia con el poder (Hanitzsch, 2007). Así los periodistas pueden actuar con más distancia, asumiendo roles de “perros guardianes” o incluso adversarios (Deuze, 2005; Weaver et al. 2007), o con menos. Serán los que menos distancia guarden los que se entiende que exhibirán mayor confianza, aunque los datos empíricos sólo corroboran esta afirmación con un umbral de significación mínimo (Hanitzsch & Berganza, 2012).

Ante este estado de la cuestión, el caso de la televisión en España cobra relevancia. Por un lado, es un medio especialmente dependiente de la actuación institucional debido al sistema gubernamental de concesión de licencias. Por otro lado, también se caracteriza por haber experimentado con fuerza la crisis económica. Y ello no sólo en materia de regulación de empleo, sino también por el descenso de sus ingresos. De hecho, ha sido el tipo de medio más perjudicado en este segundo aspecto (APM, 2013). Además, la televisión en España se presenta como el medio más “adversarial” (más combativo frente al poder) si lo comparamos con la radio o la prensa (Canel & Sánchez-Aranda, 1999). Por todo lo anterior, en el presente trabajo planteamos la siguiente pregunta de investigación:

PI1: ¿Cuáles son los niveles de confianza de los periodistas de televisión en España hacia las instituciones públicas?, ¿son dichos niveles diferentes a los de otros medios de comunicación?

Dado que la televisión pública en España se ha visto afectada por un mayor número de cambios que la privada como consecuencia de las vicisitudes y acciones de los gobiernos nacionales y autonómicos (Díaz Nosty, 2011; Lamuerda & Lara, 2009), se puede inferir que haya diferencias respecto a la confianza entre quienes trabajan en la televisión pública y quienes lo hacen en las televisiones privadas. Igualmente, la idea de que los medios públicos deben ofrecer un contenido más vinculado a la función de servicio público que los privados (Lamuerda & Lara, 2009; Walter & Retis, 2006), puede determinar una cultura profesional distinta dependiendo de la propiedad del medio, lo cual, como hemos visto, podría guardar cierta relación con la confianza de los periodistas en las instituciones públicas. Esto nos lleva a preguntarnos lo siguiente:

PI2: ¿Existen diferencias significativas entre la confianza en las instituciones públicas que presentan los periodistas de la televisión pública en España con respecto a quienes trabajan en las televisiones privadas?

1.2. *Influencias percibidas entre los periodistas de la televisión en España*

No cabe duda de que los periodistas se encuentran constantemente con limitaciones impuestas por la estructura y naturaleza de su trabajo (Skovsgaard, 2014). De hecho, estas limitaciones o factores de influencia a menudo son de diversa naturaleza y funcionan de manera simultánea (Hanitzsch *et al.*, 2010). La naturaleza organizativa de los medios de comunicación, que se desarrollan en contextos supraorganizativos (políticos, económicos) así como a partir de individuos con experiencias biográficas y profesionales distintas, ha llevado a que, desde el ámbito académico, se hayan desarrollado una gran cantidad de modelos teóricos acerca de los diferentes ámbitos de influencia y de sus interrelaciones. De esta manera, Ettema, Whitney y Wackman (1987) sintetizan tres niveles: el individual, el organizacional y el institucional. Donsbach (2000), por su parte, añade la esfera social. Shoemaker y Reese (1996) presentan un modelo de niveles anidados: el individual; el de las prácticas periodísticas; el organizacional; el extra-mediático; y, por último, el ideológico. Voakes (1997) identifica hasta siete fuentes de influencia: las individuales, las de los pequeños grupos, la organizacional, la de competición, la ocupacional, la extra-mediática y la legal.

Si bien estos autores no coinciden en el número y tipo de niveles de influencia, tampoco la bibliografía científica es unánime a la hora de calificar la relevancia que tiene cada uno de ellos. Unos autores le conceden más peso a las predisposiciones individuales (Flegel & Chaffee, 1971; White, 1950), otros a las estructuras organizacionales (Altmeppeen 2008; Weaver & Loffelholz, 2008), y otros subrayan la importancia de los determinantes extramediativos (McManus 2009; Hallin & Mancini, 2004).

A pesar de todo, en los últimos años la investigación académica empírica acerca de la estructura multinivel de influencias en el trabajo periodístico ha producido avances significativos (Berganza, Arcila-Calderón & Herrero-Jiménez, 2016; Hanitzsch *et al.*, 2010; Hanitzsch; Mellado, 2011; Rely & González de Bustamante, 2014), aunque ninguno de estos análisis pone su acento principal en el medio televisivo. El tipo de medio de comunicación es, según la bibliografía científica, una de las características que afectan a la autonomía del periodista (Skovsgaard, 2014; Weaver *et al.*, 2007). Los análisis empíricos, sin embargo, no siempre corroboran esta relación (Berganza, Arcila-Calderón & Herrero-Jiménez, 2016; Mellado & Humanes, 2012).

En términos generales, el medio televisivo parece seguir su propia lógica mediática, es decir, sus formas y procesos específicos a la hora de organizar el trabajo dentro de un medio

particular (Dahlgren, 1996). En este sentido, la industria televisiva en España sigue la estela de la estadounidense con una producción de contenidos guiada por consideraciones económicas (Fengler & Ruß-Mohl, 2008). Así, se ha desarrollado un periodismo basado fundamentalmente en el info-entretenimiento, en la conversión de la información en espectáculo (Piedrahita, 1995; García Avilés, 2007). La lógica mediática diferenciada que implica desarrollar este tipo de contenidos podría traducirse en una percepción de influencias distinta tanto en el ámbito de las rutinas periodísticas como en lo que a las prácticas editoriales se refiere. Además, hay que señalar que la estructura de los medios televisivos se ha considerado habitualmente más jerárquica que la de otros medios (Cook, 1998), lo cual repercute en la relación entre los periodistas y sus superiores (Skovsgaard, 2014) y podría implicar una mayor influencia del nivel organizacional. Ante esta situación, es relevante conocer:

PI3: ¿Cuáles son los tipos de influencia percibidos más relevantes para los periodistas de televisión en España? ¿Existen diferencias significativas entre las influencias percibidas por quienes trabajan en televisión con respecto a las percibidas por los periodistas de otros medios?

Por otra parte, la propiedad de los medios, generalmente dividida entre pública, privada y estatal (Hanitzsch & Mellado, 2011), ha sido uno de los factores clave en el estudio sobre las influencias percibidas y la autonomía de los periodistas (McManus, 1994; Reich & Hanitzsch, 2013). En términos generales, en los estudios sobre el tema se señala que en los medios privados la autonomía suele ser menor que en los medios públicos (Duval, 2005) y, por tanto, es de suponer que las influencias percibidas serán mayores en los medios privados. Sin embargo, esta relación no es tan clara cuando se realizan análisis empíricos y los resultados varían por naciones y sistemas mediáticos (Reich & Hanitzsch, 2013; Hanitzsch & Mellado, 2011; Mellado & Humanes, 2012).

La situación de la televisión pública en España responde a las características del modelo pluralista polarizado, es decir, entre otros rasgos, manifiesta una dependencia de los grupos políticos en el gobierno de turno, no sólo en lo que respecta a Televisión Española sino también en las locales y autonómicas (Díaz Nosty, 2011; Moreno, 2007; Walzer & Retis, 2006; Humanes & Alonso, 2015). Estas aparentemente evidentes influencias políticas, que en ocasiones han llevado a los profesionales a denunciar presiones y manipulación (APM, 2013; Humanes & Alonso, 2015), pueden transformarse de igual manera en influencias intraorganizacionales de naturaleza editorial (Reich & Hanitzsch, 2013). También así en influencias en las rutinas profesionales, pues afectan a la naturaleza, orientación y número de las fuentes que los periodistas de los medios públicos deben consultar (Lamuerda & Lara, 2009; Humanes & Alonso, 2015). Por otra parte, a priori, las influencias de naturaleza económica tendrían más peso en los medios de titularidad privada. Por todo lo anterior, nos preguntamos si:

PI4: ¿Existen diferencias significativas entre las influencias percibidas por quienes ejercen la profesión en las televisiones públicas con respecto a las percibidas por los periodistas de las televisiones privadas?

2. Método

Los datos fueron recogidos en el marco y gracias a la financiación del proyecto internacional *Worlds of Journalism Study* (WJS, <http://www.worldsofjournalism.org>), que fue complementada con fondos del proyecto del Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2013-44874-R).

El objetivo de WJS es conocer las culturas profesionales del periodismo en más de 60 países. Específicamente, se llevó a cabo una encuesta representativa a periodistas españoles (n=390), estratificados por tipo y tamaño del medio, comunidad autónoma y rango

profesional. El procedimiento de muestreo fue de tipo polietápico, generando primero conglomerados de medios (como unidad muestral agregada) a partir de un listado de 382 medios de comunicación elaborado por los investigadores a partir de los datos de la APM (2013) y de la Agenda de la Comunicación. Una vez seleccionados 117 medios de forma estratificada y aleatoria, se escogió a 5 periodistas por medio grande y a 3 por medio pequeño, respetando las cuotas de rangos profesionales (redactor, periodista con mando intermedio y directivo). Las entrevistas se realizaron telefónicamente entre marzo de 2014 y mayo de 2015 por un equipo de encuestadores previamente entrenados por el equipo de investigación. Los periodistas fueron informados sobre los objetivos del estudio y dieron su consentimiento para participar en la investigación.

Del total de 474 profesionales seleccionados, respondieron a la encuesta 390 (tasa de respuesta efectiva del 82,28%). De esta muestra, 70 profesionales trabajaban para televisión (tabla 1) y 320 para otros medios: 157 para periódicos diarios, 3 para periódicos semanales, 14 para revistas, 46 para radio, 11 para agencias de noticias y 89 para medios digitales. Según las estimaciones hechas para la población de periodistas en España (N=18.000) de Berganza, Herrero y Carratalá (2016) a partir de los datos de Díaz-Nosty (2010) y de la APM (2013), el tamaño muestral es apropiado para un estudio probabilístico con un 95% de confianza y un margen de error del 5%. La sub-muestra de periodistas de TV representó el 18% del estudio general y dentro de este grupo la mitad trabajaban para medios audiovisuales privados y la otra mitad para medios audiovisuales públicos.

Tabla 1. Distribución de la muestra por medios y número de periodistas

Medio	Periodistas
TV Privadas o mayoritariamente privada	
8Tv	3
8Tv Andalucía	3
Castilla y León Televisión	5
Intereconomía Tv (<i>nacional</i>)	3
La 8 Burgos	3
La 8 de Ávila	3
La Sexta (<i>nacional</i>)	5
Navarra Televisión	5
Teidevisión	3
V Televisión	3
<i>Total</i>	36
TV Pública o estatales, o mayoritariamente pública o estatal	
324 (Televisió de Catalunya)	3
Barcelona Televisión	3
ETB (Televisión vasca)	3
Fuengirola Televisión	3
Onda Jerez Tv	3
TVE Asturias	3
TVE Navarra	3
TVE País Vasco	3
Aragón Tv	5
Telemadrid	5
<i>Total</i>	34
Total general	70

2.1. Medidas

Además de las variables sociodemográficas, el cuestionario incluyó 26 preguntas cerradas referidas a las 6 variables principales del estudio (*confianza en las instituciones, influencias*

políticas, influencias económicas, influencias de las rutinas profesionales, influencias organizativas e influencias de los grupos de referencia). Todos los ítems fueron medidos en escalas del 1 al 5 y fueron luego agrupados con el fin de construir índices de cada uno de los constructos. La tabla 2 muestra los resultados del análisis factorial exploratorio (AFE) que sugirió una estructura latente de 6 dimensiones (una por cada una de nuestras variables teóricas), explicando el 60,82% de la varianza para el conjunto de indicadores (KMO = 0,802, $p < 0,000$). El AFE identifica la estructura latente de una serie de indicadores (Cronbach & Meehl, 1955; Smith, 2005; Macía, 2010) lo que permite confirmar la *validez* de cada uno de nuestros 6 constructos.

Específicamente, basados en Hanitzsch y Berganza (2014), se construyó un *índice de confianza en las instituciones* en donde 1 representa “ninguna confianza” y 5 “total confianza”. Este índice se refiere al nivel de confianza que los periodistas manifiestan tener en las instituciones públicas de su país e incluye valoraciones al parlamento, el gobierno, los partidos políticos y los políticos en general. Para verificar la fiabilidad de este constructo se midió la correlación interna entre los ítems que lo componen a través del estadístico Alfa de Cronbach, cuyos valores mínimos ideales son de 0,70 (Cronbach, 1951; Hayes, 2005). Este *índice de confianza en las instituciones* obtuvo una fiabilidad adecuada ($\alpha = 0,79$).

Asimismo, basados en las propuestas de Hanitzsch et al. (2010) y de Hanitzsch y Mellado (2011), se midieron las 5 principales fuentes de *influencia* percibidas por los periodistas en su trabajo diario. En cada índice de influencia el 1 representa “nada influyente” y el 5 “extremadamente influyente”. Las *influencias políticas* hacen referencia a las fuerzas coercitivas externas que surgen del sistema político ($\alpha = 0,84$); las influencias *económicas* a las presiones en la redacción debidas a imperativos económicos y a consideraciones comerciales ($\alpha = 0,84$); las *influencias de las rutinas profesionales* surgen de las prácticas repetitivas que los periodistas desarrollan a la hora de realizar su trabajo ($\alpha = 0,71$); las *influencias organizativas* se refieren a las normas y estructuras de las organizaciones mediáticas ($\alpha = 0,74$); y las *influencias de los grupos de referencia* al contexto personal y la vida privada de los periodistas ($\alpha = 0,67$). Todos los constructos alcanzaron valores adecuados de fiabilidad por consistencia interna.

Tabla 2. Validez de constructo a través del AFE (Rotación Varimax)
 y pruebas de fiabilidad por consistencia interna (Alpha de Cronbach)

Confianza en las instituciones	
Parlamento	0,76
Gobierno	0,78
Partidos políticos	0,82
Políticos en general	0,77
Influencias políticas	
La censura	0,57
Los funcionarios del gobierno	0,75
Los políticos	0,83
Los grupos de presión	0,81
Los empresarios	0,68
Las relaciones públicas	0,53
El ejército, la policía y las fuerzas de seguridad	0,54
Influencias organizativas	
Sus jefes directos o editores	0,77
Los altos directivos del medio	0,87
El dueño o dueños de su medio	0,83
La política editorial	0,65

Influencias de las rutinas profesionales							
La disponibilidad de recursos para obtener información							0,71
Los plazos y restricciones de tiempo							0,68
Los otros medios de la competencia							0,51
El acceso a la información a relación con las fuentes de información							0,76
							0,62
Influencias económicas							
Los anunciantes e intereses publicitarios							0,63
Las presiones por expectativas y ganancias económicas							0,72
La investigación de audiencias y mercados							0,78
Influencia de los grupos de referencia							
Sus amigos, conocidos y familiares							0,78
Los colegas de otros medios							0,75
Sus compañeros de trabajo							0,71
Valor Eigen	2,02	6,14	2,57	2,35	1,56		1,18
Varianza explicada	7,77%	23,61%	9,90%	9,03%	5,99%		4,53%
Alpha de Cronbach (α)	0,79	0,84	0,84	0,71	0,74		0,67

Nota: Se muestran las cargas superiores a 0,4 para cada factor.

2.2 Análisis estadístico

Los datos del cuestionario fueron codificados en el paquete SPSS (v21). Los registros fueron anonimizados y almacenados en servidores universitarios con acceso limitado a los miembros del equipo de investigación. Se realizó un primer análisis exploratorio de datos para verificar la ausencia de registros vacíos, de valores perdidos y atípicos, y el tipo de distribución de cada variable. Seguidamente se realizaron los análisis de *validez* y *fiabilidad* (descritos en el apartado anterior), que permitieron el cálculo de cada uno de los 6 índices a partir de la media aritmética de los indicadores que los conformaban.

Se llevaron a cabo análisis de tipo descriptivo e inferencial. En el primer caso, se calcularon las frecuencias y medidas de tendencia central y de dispersión de cada uno de los 6 índices, así como de las características sociodemográficas de la muestra (edad, años de experiencia y género). Con respecto al análisis inferencial y con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación de este estudio, se aplicaron pruebas de diferencia de media *T de Student* para muestras independientes, Anova de un factor (ONEWAY) y de medidas repetidas, y pruebas χ^2 para contrastar asociación entre variables categóricas. Adicionalmente, se generó una matriz de correlaciones para explorar las relaciones entre los 5 tipos de influencias percibidas, la confianza de las instituciones y las variables edad y años de experiencia. Todos los análisis usaron *bootstrap* con 10.000 muestras (95% de confianza y método de sesgos corregidos).

3. Resultados

Los periodistas de televisión encuestados (n=70) presentaron características similares a los profesionales de otros medios (n=320), como periódicos, radios, webs o agencias de noticias. No se muestran diferencias significativas en la edad promedio de los trabajadores de TV

($M=39,20$, $DE=9,03$)² con respecto a la de quienes trabajan en otros medios ($M=39,58$, $DE=9,20$), $t(387)= 0,314$ $p=0,754$, $BootCI95= -2,02$ a $2,70$; ni tampoco entre los años de experiencia de los primeros ($M=15,51$, $DE=8,54$) con respecto a los segundos ($M=15,96$, $DE=9,00$), $t(387)= 0,375$ $p=0,708$, $BootCI95= -1,82$ a $2,64$. En ambos casos el porcentaje de mujeres trabajadoras es menor (41,4% en TV y 40,9% en otros medios), lo que indica que el género no sea una variable que diferencie a los grupos, $\chi^2(1, N=390) = 0,006$, $p=0,940$.

Sin embargo, cuando comparamos tanto la edad de quienes trabajan en la TV pública ($M=41,96$, $DE=8,98$) así como sus años de experiencia ($M=17,88$, $DE=8,79$) con la edad de quienes ejercen en TV privada ($M=36,97$, $DE=8,62$) y sus años de trabajo profesional ($M=13,28$, $DE=7,77$), vemos que existen diferencias significativas en ambos casos, $t(68)= -2,180$, $p<0,05$, $BootCI95= -8,50$ a $-0,57$; $t(68)= -2,324$, $p<0,05$, $BootCI95= -8,57$ a $-0,80$. Los profesionales de las televisiones privadas son significativamente más jóvenes y como consecuencia poseen menos años de experiencia en el sector. El porcentaje de mujeres periodistas en TV pública (44,1%) es mayor que en la TV privada (23,9%), aunque no se pueda sostener que estas variables estén asociadas, $\chi^2(1, N=70) = 0,197$, $p=0,657$. En términos generales, los periodistas de TV son relativamente jóvenes (39 años en promedio con una desviación típica de 9 años) aunque buena parte de su vida la han dedicado al periodismo (unos 16 años en promedio con 9 años de desviación típica).

Tabla 3. Medias de edad, años de experiencia, confianza en las instituciones e influencias percibidas, segregadas por tipo de medio (TV frente a otros medios) y de forma específica por propiedad de la TV (TV pública frente a privada)

	TV		Otros Medios (periódicos, radio, web, agencias, etc.)		TV pública		TV privada	
	M	DE	M	DE	M	DE	M	DE
Edad	39,20	9,03	39,58	9,20	41,56*	8,98	36,97*	8,62
Años de experiencia	15,51	8,54	15,96	9,00	17,88*	8,79	13,28*	7,77
<i>Niveles de confianza</i>								
Parlamento	2,90	0,99	2,79	1,00	2,74	0,9	3,06	1,07
Gobierno	2,44	0,96	2,20	0,96	2,18*	0,89	2,69*	0,99
Partidos políticos	2,04	0,71	1,97	0,82	2	0,6	2,08	0,81
Políticos en general	2,09	0,68	2,11	0,83	2,03	0,67	2,14	0,68
Índice de confianza en las instituciones	2,37	0,62	2,27	0,72	2,24 [†]	0,54	2,49 [†]	0,67
<i>Influencias percibidas</i>								
Influencias políticas	2,41*	0,84	2,14*	0,78	2,24	0,88	2,56	0,79
Influencias organizativas	3,63*	0,99	3,34*	1,02	3,38 [†]	1,01	3,85 [†]	0,93
Influencias de las rutinas profesionales	3,67	0,61	3,60	0,71	3,6	0,69	3,73	0,51
Influencias económicas	2,90	1,00	2,84	1,00	2,41***	1,01	3,36***	0,76
Influencias de grupos de referencia	2,39	0,79	2,43	0,89	2,14*	0,81	2,63*	0,7

*** $p<0,000$; * $p<0,05$; [†] $p<0,1$

Como se observa en la tabla 3, el nivel de confianza de los periodistas de televisión hacia las instituciones públicas en España fue de 2,37 ($DE=0,62$), un valor ligeramente por debajo del obtenido en una encuesta anterior ($M=2,75$, $DE=0,67$) finalizada en 2011 (Hanitzsch & Berganza, 2014). El mayor nivel de confianza de los periodistas de televisión fue para el parlamento ($M=2,90$, $DE=0,99$), seguido por el del gobierno ($M=2,44$, $DE=0,96$), los políticos en general ($M=2,09$, $DE=0,68$) y, en último lugar, los partidos políticos ($M=2,04$, $DE=0,71$). La prueba ANOVA de medidas repetidas (sin esfericidad asumida, $\chi^2(5)=43,142$, $p<0,000$) mostró que las diferencias entre estos niveles eran significativas, $F(2,081$,

² M hace referencia a la Media estadística, mientras que DE designa la desviación estándar.

143,593)=25,004, $p < 0,000$, $\eta^2_p = 0,455$ (grados de libertad corregidos con la aproximación Greenhouse-Geisser, $\varepsilon = 0,694$). Específicamente, las diferencias se dieron entre los niveles de confianza de todas las instituciones, salvo en el caso de la diferencia entre los partidos políticos y los políticos en general, según mostraron las pruebas de comparaciones múltiples por pares. Lo anterior quiere decir que la confianza hacia los partidos políticos y los políticos es similar, cuestión que no se da en el resto de los casos.

Las pruebas revelaron que los niveles de confianza en las instituciones públicas fueron similares en los periodistas de televisión ($M = 2,37$, $DE = 0,62$) al ser confrontados con periodistas de otros medios ($M = 2,27$, $DE = 0,71$), $t(386) = -1,095$ $p = 0,229$, $BootCI95 = -0,26$ a $0,06$. Es decir, no se encontraron diferencias significativas entre las medias de confianza en el parlamento, $t(386) = -0,86$ $p = 0,381$, $BootCI95 = -0,377$ a $0,139$; el gobierno, $t(386) = -1,925$ $p = 0,054$, $BootCI95 = -0,05$ a $0,00$; los partidos políticos, $t(386) = -0,701$ $p = 0,484$, $BootCI95 = -0,27$ a $0,12$; y los políticos en general, $t(119,493) = -1,201$ $p = 0,796$, $BootCI95 = -0,156$ a $0,207$.

Cuando comparamos el nivel de confianza en las instituciones de quienes ejercen en las TV públicas ($M = 2,24$, $D = 0,54$) con el de los de TV privadas ($M = 2,49$, $DE = 0,67$) encontramos que las diferencias son apenas tendenciales, $t(68) = 1,763$, $p < 0,1$, $BootCI95 = -0,02$ a $0,54$. Esto quiere decir que los periodistas de la TV privada tienen, en principio, una confianza mayor en las instituciones públicas que quienes trabajan en la TV pública. Al examinar con detalle los indicadores de este índice de confianza (tabla 3), encontramos que la diferencia entre ambos grupos es significativa sólo con respecto a la confianza en el gobierno, $t(68) = 2,334$, $p < 0,05$, $BootCI95 = 0,09$ a $0,95$, $d = 0,54$. El tamaño de esta diferencia puede ser considerado como medio (Cohen, 1977) y muestra que es el gobierno la institución que más divide a los periodistas, generando una confianza considerablemente menor en los profesionales que trabajan en televisión pública ($M = 2,18$, $DE = 0,89$), al ser comparados con lo de televisión privada ($M = 2,69$, $DE = 0,99$).

Con respecto a las influencias percibidas en el trabajo, observamos que son las rutinas profesionales ($M = 3,67$, $DE = 0,61$) y organizativas ($M = 3,63$, $DE = 0,99$) los aspectos que más intervienen o modifican el quehacer de los periodistas de televisión, seguidas por las influencias de tipo económicas ($M = 2,90$, $DE = 1,00$), políticas ($M = 2,41$, $DE = 0,84$) y de los grupos de referencia ($M = 2,39$, $DE = 0,79$). La prueba ANOVA de medidas repetidas (esfericidad asumida, $X^2(9) = 13,186$, $p = 0,154$) mostró que las diferencias entre estos niveles eran significativas, $F(4, 276) = 57,634$, $p < 0,000$, $\eta^2_p = 0,455$). Según las comparaciones múltiples por pares, las diferencias se dieron entre todos los tipos de influencia, excepto en los casos de las diferencias entre las influencias políticas y las influencias de los grupos de referencia; y las influencias organizativas y las influencias profesionales. Lo anterior quiere decir que existen tres grupos claros de influencias: (i) las profesionales y las organizativas (con mayor peso); (ii) las económicas; (iii) y las políticas y de los grupos de referencia (con menor peso).

Observamos que, a diferencia de lo ocurrido en los niveles de confianza, en el caso de las influencias percibidas existieron varios indicadores que señalan que las influencias pueden ser percibidas de forma distinta entre los informadores de TV y los profesionales de otros medios. Específicamente, vemos que quienes trabajan en TV perciben mayores influencias políticas ($M = 2,41$, $DE = 0,84$) y organizativas ($M = 3,63$, $DE = 0,99$) al ser comparados con los periodistas de otros medios, para quienes las influencias políticas ($M = 2,14$, $DE = 0,78$), $t(384) = -2,436$ $p < 0,05$, $BootCI95 = -0,49$ a $-0,03$, y organizativas ($M = 3,34$, $DE = 1,02$), $t(384) = -2,144$ $p < 0,05$, $BootCI95 = -0,55$ a $-0,03$, fueron significativamente menores. No obstante como se observa en la tabla 3, al comparar ambos grupos no existieron diferencias en su percepción de las influencias profesionales, $t(384) = -0,763$ $p = 0,399$, $BootCI95 = -0,23$ a $0,10$, las influencias económicas, $t(384) = -0,437$ $p = 0,662$, $BootCI95 = -0,32$ a $0,21$, y las influencias de grupos de referencia, $t(384) = 0,425$ $p = 0,670$, $BootCI95 = -0,16$ a $0,25$.

Cuando comparamos a los periodistas de TV privadas con los de TV públicas vemos que también existieron algunas diferencias, pero en indicadores distintos a la comparación

descrita en el párrafo anterior. Las pruebas revelaron que quienes trabajan en las TV privadas percibían mayores niveles de influencias económicas ($M=3,36$, $DE=0,76$), de grupos de referencia ($M=2,63$, $DE=0,7$) y organizativas ($M=3,85$, $DE=0,93$), cuando se comparan con los profesionales de TV públicas, quienes mostraron niveles más bajos en su percepción de influencias económicas ($M=2,41$, $DE=1,01$), $t(68)= 4,490$, $p<0,000$, $BootCI95= 0,53$ a $1,38$, de grupos de referencia ($M=2,14$, $DE=0,81$), $t(68)= 2,723$, $p<0,05$, $BootCI95= 0,13$ a $0,85$, y organizativas ($M=3,38$, $DE=1,01$), $t(68)= 2,041$, $p<0,1$, $BootCI95= -0,01$ a $0,93$ (esta última diferencia es sólo tendencial). La percepción de influencias políticas, $t(68)= 1,623$, $p=0,108$, $BootCI95= -0,07$ a $0,72$, y profesionales, $t(68)= 0,891$, $p=0,376$, $BootCI95= -0,15$ a $0,42$, no mostraron diferencias entre los dos grupos estudiados. Destaca que las influencias profesionales permanecieron estables y que las organizativas mostraron siempre diferencias en todas las comparaciones, es decir, cuando comparamos periodistas de TV frente a profesionales de otros medios, y periodistas de TV pública frente a TV privada.

Tabla 4. Matriz de correlaciones entre los tipos de influencias percibidas, la confianza de las instituciones, la edad y los años de experiencia

	Edad	Años de experiencia	Confianza en el Parlamento	Confianza en el gobierno	Confianza en los partidos políticos	Confianza en los políticos en general	Índice de confianza en las instituciones	Influencias políticas	Influencias organizativas	Influencias profesionales y de procedimiento	Influencias económicas	Influencias de grupos de referencia
Edad	1,00	0,915**	-0,03	0,00	0,07	0,19	0,06	-0,305*	-0,369**	-0,08	-0,364**	-0,381**
Años de experiencia	0,915**	1,00	0,07	0,04	0,06	0,20	0,11	-0,276*	-0,341**	-0,05	-0,370**	-0,356**
Confianza en el Parlamento	-0,03	0,07	1,00	0,716**	0,334**	0,14	0,811**	-0,06	0,05	0,05	-0,09	0,03
Confianza en el gobierno	0,00	0,04	0,716**	1,00	0,312**	0,23	0,825**	-0,14	0,03	0,01	-0,01	0,13
Confianza en los partidos políticos	0,07	0,06	0,334**	0,312**	1,00	0,566**	0,694**	-0,09	-0,07	-0,01	-0,03	0,06
Confianza en los políticos en general	0,19	0,20	0,14	0,23	0,566**	1,00	0,580**	-0,23	-0,22	-0,12	-0,19	-0,13
Índice de confianza en las instituciones	0,06	0,11	0,811**	0,825**	0,694**	0,580**	1,00	-0,17	-0,05	-0,01	-0,10	0,05
Influencias políticas	-0,305*	-0,276*	-0,06	-0,14	-0,09	-0,23	-0,17	1,00	0,504**	0,325**	0,557**	0,322**
Influencias organizativas	-0,369**	-0,341**	0,05	0,03	-0,07	-0,22	-0,05	0,504**	1,00	0,12	0,377**	0,295*
Influencias profesionales y de procedimiento	-0,08	-0,05	0,05	0,01	-0,01	-0,12	-0,01	0,325**	0,12	1,00	0,316**	0,247*
Influencias económicas	-0,364**	-0,370**	-0,09	-0,01	-0,03	-0,19	-0,10	0,557**	0,377**	0,316**	1,00	0,452**
Influencias de grupos de referencia	-0,381**	-0,356**	0,03	0,13	0,06	-0,13	0,05	0,322**	0,295*	0,247*	0,452**	1,00

** $p<0,001$; * $p<0,05$

Finalmente, vemos que los niveles de confianza no están relacionados con las influencias percibidas. Como se observa en la matriz de correlaciones de las variables de nuestro estudio (tabla 4) existen asociaciones internas entre los indicadores de nuestras variables principales (p.e. confianza en el gobierno aparece altamente correlacionada con la confianza en el parlamento, $r=0,71$, $p<0,01$; o las influencias organizativas con las influencias políticas, $r=0,50$, $p<0,01$), pero no se hallaron correlaciones entre los indicadores de las confianza en las instituciones con ninguna de los tipos de influencia percibidas. No obstante, queda claro que la edad y los años de experiencia son variables clave para entender las

influencias percibidas (mas no el nivel de confianza en las instituciones), dado que son mayores en los más jóvenes, o lo que es lo mismo, los periodistas jóvenes y con menor experiencia tienen mayor probabilidad de sentirse influenciados por los factores de su entorno.

4. Discusión y conclusiones

El perfil profesional y sociodemográfico de quienes ejercen la profesión en la televisión en España parece corresponderse con el periodista 'típico', predominantemente masculino y joven, descrito en artículos previos (Hanitzsch, 2007). Igual de congruente con la bibliografía científica es que los periodistas de la televisión pública presenten una mayor edad y en consecuencia experiencia que los de la privada (Piedrahita, 1995).

El descenso de confianza en las instituciones políticas por parte de los periodistas de televisión es consistente con estudios anteriores desarrollados en el mundo occidental que confirman el declive de la confianza pública en las instituciones (Mair, 2006; Torcal & Montero, 2006). Análisis previos revelan que una de las variables que hace descender la confianza de los periodistas es la actuación de las instituciones políticas y, fundamentalmente, la corrupción (Hanitzsch & Berganza, 2012). Dado que en España en la actualidad el 81,9% de los ciudadanos consideran que la situación política es mala o muy mala, y la corrupción se sitúa como el segundo problema, sólo por detrás del paro (CIS, 2016), las teorías institucionales podrían apuntar una de las razones de este descenso de confianza. Esta misma idea es la que parece localizarse detrás de los resultados que señalan que los periodistas confían menos en los partidos políticos y en los políticos en general que en el Gobierno y en el Parlamento. La fuente de desafección no se encuentra así tanto en las instituciones en su conjunto como en los propios actores políticos.

Si bien el tipo de medio no se muestra determinante con respecto a las variaciones de los niveles de confianza de los periodistas, la propiedad de los medios sí presenta diferencias tendenciales, lo cual sigue la pauta de investigaciones previas (Hanitzsch & Berganza, 2012; McMannus, 1994; Reich & Hanitzsch, 2013). En concreto, las diferencias significativas aparecen en el menor nivel de confianza que los periodistas de la televisión pública presentan hacia el Gobierno, algo que a la luz de los estudios previos no sorprende, debido al control que han ejercido sobre el audiovisual público los grupos políticos en los gobierno de turno (Humanes & Fernández Alonso, 2015; Moreno, 2007). Esto podría traducirse en una menor libertad de prensa que incidiría sobre la confianza en las instituciones de los profesionales de la información (Hanitzsch & Berganza, 2012). Otra explicación podría encontrarse en una mayor distancia de los periodistas de la televisión pública con respecto al Gobierno, debido a una cultura profesional vinculada al ejercicio de un servicio público (Lamuerda & Lara, 2009; Walzer & Retis, 2006).

Los periodistas de televisión, por otra parte, perciben con mayor incidencia las influencias derivadas de sus rutinas profesionales y de las organizativas por encima de las económicas, las políticas y de los grupos de referencia, tal como sucede en los estudios empíricos cros-nacionales desarrollados en los últimos años (Hanitzsch et al., 2010; Hanitzsch & Mellado, 2011; Reich & Hanitzsch, 2013). Los profesionales identifican mejor las influencias más inmediatas y concretas en el desarrollo de sus labores profesionales que las externas y más abstractas. Estos resultados se muestran acordes con otros estudios realizados sobre las presiones e influencias que reciben los periodistas españoles y cuyas causas se localizaron en una mala organización de las empresas informativas, en el exceso de trabajo y en los numerosos rangos profesionales de las redacciones (López Hidalgo & Ufarte Ruiz, 2013). Por otra parte, el mayor peso de las influencias económicas en comparación con las políticas puede deberse al contexto de crisis económica y de los

propios medios (Díaz Nosty, 2011; Ufarte, 2012), pues desde que comenzó la crisis en 2008, la caída acumulada de la inversión publicitaria en televisión ha alcanzado el 43% (APM, 2013).

Las diferencias de percepción de los periodistas de los medios de televisión con respecto a los de otros medios recaen fundamentalmente en las influencias políticas y en las organizativas. Con respecto a las políticas, el origen de su mayor peso en las televisiones puede encontrarse en una mayor regulación de este medio a través del sistema gubernamental de concesión de licencias de emisión (Curtin, 1999; Díaz Nosty, 2011), así como a la utilización del medio televisivo, tanto público como privado, por parte del poder político para captar votos entre los electores (Piedrahita, 1995). La mayor presión de las influencias organizativas en las televisiones cobra sentido a la luz de estudios previos que afirman que su estructura organizativa es comparativamente más jerárquica que la de otros medios (Cook, 1998).

Por otra parte, si bien en lo que respecta a las influencias económicas no se perciben alteraciones según el tipo de medio, la titularidad del medio audiovisual sí da como resultado variaciones significativas. La menor presencia de las influencias de naturaleza económica observada por los periodistas de la televisión pública se relaciona con la financiación de RTVE a través de los Presupuestos Generales del Estado casi en exclusiva desde 2009, fecha en la que se aprobó la ley que prohíbe la publicidad retribuida en el ente público. Igualmente los medios públicos que no forman parte de la corporación RTVE tienen una fórmula de financiación mixta en la que, además de la publicidad, reciben asignaciones autonómicas y locales (Manfredi, 2011), razón por la cual la injerencia del nivel económico es menor.

Según la titularidad del medio también se perciben variaciones con respecto al peso de los grupos de referencia. Los periodistas de los medios privados percibirían más este nivel de influencia debido, fundamentalmente, a su menor edad y experiencia que hace que sus pares profesionales y su entorno personal se conviertan en referentes para el ejercicio profesional.

En cuanto a las influencias de las rutinas profesionales, es curioso señalar que éstas se han mantenido siempre estables mientras que las organizativas siempre cambiantes. Esto podría apuntar tanto a la alta naturaleza organizativa del periodismo contemporáneo (Altmeppen, 2008) como a una cultura de la labor periodística cada vez más similar a lo largo de las propias organizaciones (Hanitzsch, 2007). Por otra parte, resulta a priori contradictorio la ausencia de variaciones de las influencias políticas en función de la titularidad del medio televisivo, teniendo en cuenta que ésta sí determina diferencias en la confianza hacia las instituciones políticas. No obstante, hay que resaltar que, tal como afirman nuestros resultados, no existe una correlación entre los niveles de confianza y las influencias percibidas. Una investigación más en profundidad de los orígenes de la confianza en las instituciones políticas podría llevarnos a relacionarla menos con las teorías institucionales y más con aquellas que hacen referencia a la confianza interpersonal o a la cultura periodística. En el futuro la inclusión de variables individuales en el estudio, como la ideología política, podría ampliar nuestro conocimiento sobre la variabilidad de la confianza de los periodistas en las instituciones.

En suma, este estudio muestra que los periodistas de televisión en España tienen niveles de confianza en las instituciones similares a los de sus colegas de otros medios, sin embargo, cuando comparamos internamente, vemos que los periodistas de las TV privadas confían mucho más en el gobierno que los de TV públicas. En todos los casos, la institución en la que más se confía es el parlamento y en la que menos los partidos políticos. Los periodistas de TV se mostraron mucho más influidos por las dimensiones políticas y organizativas que los profesionales de otros medios; mientras que los periodistas de TV privadas se mostraron más influenciados por los aspectos económicos y por los grupos de referencia, que sus colegas de TV pública. En todos los casos, las influencias de las rutinas

profesionales y las organizativas (las más cercanas al periodista) resultaron ser más altas que las políticas, económicas o de grupos de referencia (las más alejadas de su trabajo cotidiano).

Estos resultados tienen implicaciones tanto teóricas como prácticas. En primer lugar, muestran cómo el tipo y propiedad del medio están relacionados con las percepciones de los periodistas sobre su propia cultura profesional. No obstante, estas relaciones teóricamente siguen siendo débiles o, al menos, muy dependientes de los contextos. Lo anterior sugiere que se debe seguir trabajando sobre modelos más consistentes que expliquen en mejor medida la varianza en las percepciones de los periodistas, especialmente cuando estas percepciones están relacionadas con los escenarios inmediatos en el que este tipo de profesional desarrolla su trabajo, como lo son el político y el económico. En segundo lugar, nuestros datos dejan ver que son los factores más próximos, esto es las rutinas profesionales y las organizativas, los que pueden tener mayor influencia sobre los periodistas de televisión, lo cual sugiere que son los mismos medios quienes pueden replantear sus constreñidas rutinas (Randall, 1996) con el fin de mejorar la cultura profesional de sus periodistas y por ende la calidad de su trabajo.

Si bien son representativos, los datos discutidos anteriormente sólo se refieren al contexto español. La muestra de periodistas de TV es limitada, debido a que es parte de otro conjunto muestral superior, por lo que los resultados deben ser leídos a la luz de esta limitación. Futuras investigaciones pueden focalizarse en estudios nacionales que tengan como objetivo muestras probabilísticas de la población de periodistas de TV, lo que permitiría un mayor conocimiento descriptivo. Asimismo, la interpretación de indicadores como el de las *influencias de las rutinas profesionales*, que en nuestro estudio tuvo una validez y fiabilidad adecuada, deben ser tratados con cautela ya que en otros estudios (Hanitzsch et. al., 2010; Hanitzsch & Mellado, 2011) esta variable ha sido subdividida en *influencias profesionales* e *influencias de procedimiento*, lo que puede generar confusión al momento de comparar y acumular evidencia empírica. En cualquier caso, las variables principales abordadas en esta investigación están sustentadas en la bibliografía precedente, por lo que es posible que contribuyan con estudios futuros que sintetizen su influencia y su efecto al estudiar las culturas periodísticas.

Referencias

- Altmeyden, K. (2008). The Structure of News Production: The Organizational Approach to Journalism Research. In M. Löffelholz y D. Weaver (Eds.), *Global Journalism Research: Theories, Methods, Findings, Future* (pp. 52-64). New York: Blackwell.
- APM (2013). *Informe anual de la profesión periodística 2013*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Berganza, M.R., Arcila-Calderón, C. & Herrero-Jiménez, B. (2016). Digital vs. traditional media journalists: sociodemographic characteristics and external and internal threats to their autonomy. *El profesional de la información* 25(2), 179-187.
<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.mar.04>
- Berganza, M.R., Herrero, B. & Carratalá, A. (2016). La (des)confianza de los periodistas españoles hacia las instituciones públicas a partir del estudio de factores organizacionales. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"* 9(1)

- Berganza, M.R. (2008). Medios de comunicación, "espiral del cinismo" y desconfianza política: Estudio de caso de la cobertura mediática de los comicios electorales europeos. *Zero: Revista de estudios de comunicación* 25, 121-139.
- Brants, K. & Voltmer, K. (2011). Introduction: Mediatization and De-centralization of Political Communication. In K.Brants, y K. Voltmer, Katrin (Eds.), *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics* (pp. 1-16). Hampshire, NY: Palgrave Macmillan.
- Brants, K., de Vreese, C., Möller, J. & van Praag, P. (2009). The Real Spiral of Cynicism? Simbiosis and Mistrust between Politicians and Journalists. *International Journal of Press/Politics* XX(X), 1-16. doi: 10.1177/1940161209351005
- Canel, M.J. & Sánchez-Aranda, J.J. (1999). La influencia de las actitudes profesionales del periodista español en las noticias. *Anàlisi* 23, 151-170.
- Cappella, J.N. & Jamieson, K.H. (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Nueva York: Oxford University Press.
- CIS (2015). *Barómetro de octubre 2015. Estudio nº 3.114*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Retrieved from: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3100_3119/3114/es3114mar.pdf
- CIS (2016). *Barómetro de abril 2016. Estudio nº 3.134*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Retrieved from: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120_3139/3134/es3134mar.pdf
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Comisión Europea (2013). Standard Eurobarometer 80. Public Opinion in the European Union. Autumn. Retrieved from: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb80/eb80_publ_en.pdf
- Comisión Europea (2015). Standard Eurobarometer 83. Public Opinion in the European Union. Spring. Retrieved from: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb83/eb83_publ_en.pdf
- Cook T (1998). *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Cronbach, J.J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika* 16, 297-334.
- Cronbach, L.J., & Meehl, P.E. (1955). Construct validity in psychological tests. *Psychological bulletin* 52(4), 281.
- Curtin, P.A. (1999). Reevaluating Public Relations Information Subsidies: Market-Driven Journalism and Agenda-Building Theory and Practice. *Journal of Public Relations Research* 11(1), 53-90. doi: 10.1207/s1532754xjpr1101_03
- Dahlgren, P. (1996). Media Logic in Cyberspace: Repositioning Journalism and Its Publics. *Javnost-The Public* 3(3), 59-72. doi: 10.1080/13183222.1996.11008632
- Deuze, M. (2005). What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered. *Journalism* 6(4), 441-464. doi: 10.1177/1464884905056815
- Díaz Nosty, B. (2011). *Libro negro del periodismo en España*. Madrid: Cátedra UNESCO de Comunicación-Universidad de Málaga, Asociación de la Prensa de Madrid.
- Donsbach, W. (2000). Journalist. In E. Noelle-Neumann, W. Schulz & J. Wilke (Eds.), *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (pp. 65-91). Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Duval J. (2005). Economic Journalism in France. In R. Benson & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the Journalistic Field* (pp. 135-155). Cambridge: Polity Press.
- Ettema, J.S.; Whitney, D.C. y Wackman, D.B. (1987). Professional Mass Communicators. In C. Berger & S. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science* (pp. 747-780). Beverley Hills, CA: Sage.

- Fengler, S. & Ruß-Mohl, S. (2008): Journalists and the Information-Attention Markets. Towards an Economic Theory of Journalism. *Journalism* 9(6), 667-690. doi: 10.1177/1464884908096240
- FeSP (2014). Informe sobre la Libertad de Expresión. Federación de Sindicatos de Periodistas y Red de Medios Comunitarios. Retrieved from: <http://www.fesp.org/index.php/documentos/item/6032-retrocesos-en-materia-de-libertad-de-informaci%C3%B3n-en-espa%C3%B1a>
- Flegel, R.C. & Chaffee, S.H. (1971). Influences of Editors, Readers, and Personal Influences on Reporters. *Journalism Quarterly* 48(4), 645-651. doi: 10.1177/107769907104800404
- García Avilés, J.A. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. *Anàlisi* 35, 47-63.
- Grosskopf, A. (2008). Explaining the Democratic Trust Conundrum: The Source of Institutional Trust in the Reunited Germany. *International Social Science Review* 83, 3-26. <http://www.jstor.org/stable/41889924>
- Lengauer, G., Esser, F., & Berganza, R. (2011). Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2), doi: 1464884911427800.
- Hallin, D.C. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Towards a Universal Theory. *Communication Theory* 17, 367-385. doi: 10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x
- Hanitzsch, T., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Coman, M., Hamada, B., Hanusch, F.; Karadjov, C.; Mellado, C.; Moreira, S.; Mwesige, P.; Plaisance, P.L.; Reich, Z.; Seethaler, J.; Skewes, E.; Noor, D.; & Yuen, K.W. (2010). Modeling perceived influences on journalism: Evidence from a cross-national survey of journalists. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 87(1), 5-22.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Mellado C., Anikina, M., Berganza, R., Cangoz, I., Yuen, K.Y. (2011). Mapping Journalism Cultures across Nations: A Comparative Study of 18 Countries. *Journalism Studies* 12(3), 273-293. doi: 10.1080/1461670X.2010.512502
- Hanitzsch, T. & Mellado, C. (2011). What Shapes the News around the World? How Journalists in Eighteen Countries Perceive Influences on Their Work. *International Journal of Press/Politics* 16(3), 404-426. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1940161211407334>
- Hanitzsch, T. & Berganza, R. (2012). Explaining Journalists' Trust in Public Institutions across 20 Countries: Media Freedom, Corruption, and Ownership Matter Most. *Journal of Communication* 62(5), 794-814. Doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01663.x
- Hanitzsch, T. & Berganza, R. (2014). Political Trust among Journalists: Comparative Evidence from 21 Countries. In Canel, M.J. & Voltmer, K. (Eds.), *Comparing Political Communication across Time and Space: New Studies in an Emerging Field* (pp. 137-156). London: Palgrave MacMillan.
- Hayes, A. (2005). *Statistical Methods for Communication Science*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hudson, J. (2006). Institutional Trust and Subjective Well-Being across the EU. *Kyklos* 59, 43-62. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1467-6435.2006.00319.x/pdf>
- Humanes, M.L. & Fernández Alonso I. (2015): Pluralismo informativo y medios públicos. La involución de TVE en el contexto del cambio político (2012-2013). *Revista Latina de Comunicación Social* 70, 270-287. DOI: 10.4185/RLCS-2015-1046
- Lamuedra, M. & Lara, T. (2009). La crisis de identidad de los periodistas en las televisiones públicas europeas: comparación entre BBC y TVE. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 15, 33-60.
- López, J.A. & Cuenca, F.A. (2005). Televisión e información: análisis de los criterios de televisión de calidad en los informativos de las cadenas nacionales. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación* 25(1).

- López Hidalgo, A. & Ufarte Ruiz, M.J. (2013). El mobbing en la profesión periodística: análisis empírico del acoso psicológico en el trabajo y su influencia en el periodista y en la empresa informativa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 19(2), 1017-1028.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43485
- Macía, Felipe (2010). Validez de los Tests y el Análisis Factorial: Nociones Generales. *Ciencia y Trabajo* 12, 35, 276-280.
- Mair, P. (2006). *Polity Scepticism, Party Failings, and the Challenge to European Democracy*. Wassenaar, The Netherlands: NIAS.
- Manfredi, J.L. (2011). Escenarios y retos de la televisión pública en España. *adComunica: revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación* 1, 49-62.
- McManus, J.H. (1994). *Market Driven Journalism: Let Citizen Beware?* Thousand Oaks, CA: Sage.
- McManus, J.H. (2009). The Commercialization of News. In K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 218-233). New York: Routledge.
- Mellado, C. & Humanes, M.L. (2012). Modeling Perceived Professional Autonomy in Chilean Journalism. *Journalism* 13(8), 985-1003. doi: 10.1177/1464884912442294
- Miller, A. & Listhaug, O. (1999). Political Performance and Institutional Trust. In P. Norris (Ed.), *Critical Citizens: Global Support for Democratic Governance* (pp. 204-216). Oxford, England: Oxford University Press.
- Mishler, W. & Rose, R. (2001). What Are the Origins of Political Trust? Testing Institutional and Cultural Theories in Post-Communist Societies. *Comparative Political Studies* 34, 30-62. doi: 10.1177/0010414001034001002.
- Moreno, A. (2007). El discurso de identidad de la televisión pública. La autopromoción de Televisión Española. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* 71, 11-20.
- Mutz, D.C. & Reeves, B. (2005). The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust. *American Political Science Review* 99(1), 1-15. doi: 10.1017/S0003055405051452.
- Piedrahita, M. (1995). El rapto de la televisión pública. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 2, 85-100.
- Randall, D. (1996). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI.
- Reich, Z. & Hanitzsch, T. (2013). Determinants of Journalists' Professional Autonomy: Individual and National Level Factors Matter More Than Organizational Ones. *Mass Communication and Society* 16(1), 133-156. doi: 10.1080/15205436.2012.669002
- Relly, J.E. & González de Bustamante, C. (2014). Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States. *The International Journal of Press/Politics* 19(1), 108-131. doi: 10.1177/1940161213509285
- Robinson, M.J. (1975). American Political Legitimacy in an Era of Electronic Journalism: Reflections on the Evening News. In D. Cater y R. Adler (Eds.), *Television as a Social Force: New Approaches to TV Criticism* (pp. 97-149). New York: Praeger.
- Roses, S. & Gómez-Calderón, B. (2015). Credibilidad de los medios en España: divergencias de percepción y caracterización de los escépticos. *El profesional de la información* 24(4), pp. 432-439. Doi: 10.3145/epi.2015.jul.10
- Shoemaker, P.J., & Reese, S.D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influence on Mass Media Content* (2ª ed.). White Plains, NY: Longman.
- Singer, J.B. (2007). Contested Autonomy: Professional and Popular Claims on Journalistic Norms. *Journalism Studies* 8(1), 79-95. Doi: 10.1080/14616700601056866
- Sánchez-Tabernero, A. (2005). El mercado televisivo europeo. La competencia entre las televisiones públicas y privadas. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación* 63, 36-42.
- Skovsgaard, M. (2014). Watchdogs on a leash? The Impact of Organizational Constraints on Journalists' Perceived Professional Autonomy and their Relationship with Superiors. *Journalism* 15(3), 344-363. doi: 10.1177/1464884913483494

- Smith, G.T. (2005). Onconstructvalidity: issues of method and measurement. *Psychological assessment* 17(4), 396.
- Torcal, M. & Montero, J.R. (2006). Political Disaffection in Comparative Perspective. In M. Torcal & J.R. Montero (Eds.), *Political Disaffection in Contemporary Democracies: Social Capital, Institutions, and Politics* (pp. 3–19). Abingdon, England: Routledge.
- Ufarte, M.J. (2012). La situación laboral del periodista como factor condicionante de la calidad informativa: con precariedad no hay calidad. Actas-IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, diciembre 2012. Retrieved from: http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/037_Ufarte.pdf
- van Dalen, A., Albaek, E. & de Vreese, C. (2011). Suspicious Minds: Explaining Political Cynicism among Political Journalists in Europe. *European Journal of Communication*, 26(2), 147–162. doi: 10.1177/0267323111404841
- Voakes, P.S. (1997). Social Influences on Journalists' Decision Making in Ethical Situations. *Journal of Mass Media Ethics* 12(1), 18–35. doi: 10.1207/s15327728jmme1201_2
- Walzer, A. & Retis, J (2006). Modelos de servicio público en la televisión europea: entre la tradición y la innovación. Análisis comparativo de TVE y BBC. Actas del Congreso Internacional Educar la Mirada. Grupo Comunicar y TVE. Noviembre 2006.
- Weaver, D.H., Beam, R.A., Brownlee, B.J., Voakes, P.S. & Wilhoit, G. C. (2007). *The American Journalist in the 21st Century: U.S. News People at the Dawn of a New Millennium*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Weaver, D. & Loffelholz, M. (2008). Questioning National, Cultural and Disciplinary Boundaries: A Call for Global Journalism Research. In M. Loffelholz, y D. Weaver (Eds.), *Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future* (pp. 3–12). Oxford: Blackwell.
- White, D.M. (1950). The Gatekeeper: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly* 27(3), 383–90.